

VU Research Portal

Concurrentie op de telecommarkt. Hoe meer hoe beter?

Kock, U.; van Fulpen, M.J.; Ouwersloot, J.

1997

document version

Early version, also known as pre-print

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)

Kock, U., van Fulpen, M. J., & Ouwersloot, J. (1997). *Concurrentie op de telecommarkt. Hoe meer hoe beter?* (Research Memorandum VU Amsterdam; No. 1997-3). Ruimtelijke Economie (RE).

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:

vuresearchportal.ub@vu.nl

Serie Research Memoranda

Concurrentie op de telecommarkt; hoe meer, hoe beter?

U. Kock
M J. van Fulpen
H. Ouwersloot

Research Memorandum 1997-3

Januari 1997



Concurrentie op de telecommarkt; hoe meer, hoe beter?

U. Kock

M-J. van Fulpen

H. Ouwersloot

Udo Kock en Hans Ouwersloot zijn verbonden aan de Vrije Universiteit, respectievelijk de vakgroep Algemene Economie en de vakgroep Ruimtelijke Economie. Maarten-Jan van Fulpen is afgestudeerd bedrijfseconoom.

november 1996

Concurrentie op de telecommarkt; hoe meer, hoe beter?

1. Inleiding

Veel eerder dan verwacht heeft de minister van Verkeer en Waterstaat op 23 oktober 1996 bekend gemaakt wie de eerste concurrenten van PTT Telecom worden op het gebied van draadtelefonie. Telfort, het samenwerkingsverband van de Nederlandse Spoorwegen en British Telecom, en Enertel, een combinatie van energiebedrijven, kabelexploitanten en het Canadese Nortel, hebben de twee fel begeerde vergunning en in de wacht gesleept. Met deze vergunning mogen zij vanaf 1 juli volgend jaar telefoondiensten gaan aanbieden. Aan het monopolie PTT Telecom, dat feitelijk sinds het einde van de vorige eeuw bestaat, komt dan een eind.

De volgende stap in het proces van liberalisering van de telecommunicatie markt zal volgend jaar worden gezet, als de minister een vergunning zal uitgeven voor het exploiteren van een derde digitaal mobiel netwerk. Dit netwerk zal gebruik maken van de DCS-standaard (Digital personal Communications System), een systeem met meer mogelijkheden dan het nu gebruikte GSM-systeem. De huidige aanbieders Libertel en PTT Telecom krijgen er dan een concurrent bij en aan het huidige duopolie komt een eind.

De toegenomen concurrentie en het slechten van de laatste monopolistische barrières, zoals bij draadtelefonie, wordt door velen toegejuicht. De vraag is of dit enthousiasme terecht is. In dit paper wordt onderzocht welke effecten van verdergaande liberalisering in de telecommunicatiemarkt verwacht mogen worden. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen statische en dynamische efficiëntie effecten [1]. We beperken ons tot mobiele en draadtelefonie omdat in deze segmenten op korte termijn de grootste veranderingen plaatsvinden.

2. Statische efficiëntie

Bij statische efficiëntie gaat het in essentie om het voorkomen van wat Adam Smith ruim tweehonderd jaar geleden een samenzwering tegen het publiek noemde. Volgens deze klassieke economische redenering leidt marktdominantie tot hogere prijzen en kleinere hoeveelheden goederen waardoor de maatschappelijke welvaart kleiner is dan in een situatie met volledige mededinging. Door het introduceren van marktwerking, zo is de redenering, zullen prijzen gaan dalen en zal de maatschappelijke welvaart toenemen. Daarnaast kan verbeterde statische efficiëntie blijken uit een verbetering van de kwaliteit bij gelijkblijvende prijs.

Mobiele telefonie

Sinds 29 september 1995 is het monopolie van PTT Telecom op het gebied van mobiele telecommunicatienetwerken beëindigd. Op die datum stelde Libertel het tweede GSM netwerk in werking. Het is de vraag of er al sprake is van aantoonbare gevolgen van het invoeren van concurrentie. De ontwikkelingen sinds de komst van Libertel worden hieronder besproken.

De prijs die de consument betaalt voor mobiel telefoneren hangt af van het gekozen abonnement. De abonnementen verschillen in bereik, kortingen in daluren, en de verhouding tussen vaste en gesprekskosten. Uit onderzoek van de consumentenbond blijkt dat mobiel telefoneren bij Libertel 10 tot 12 procent goedkoper is dan bij PTT Telecom [2]. Volgens het Ministerie van Verkeer en Waterstaat is Libertel tussen de 8 en 30 procent goedkoper, afhankelijk van het tariefsoort [3].

Het is duidelijk dat er sprake is van concurrentie op prijs, de nieuwe aanbieder stelt zijn prijzen consequent lager dan die van PTT Telecom. Het recent door Libertel geïntroduceerde, en door PTT Telecom verbazend snel overgenomen, bellen per seconde leidt ook tot dalende gesprekskosten. Bij dit systeem betaald de consument alleen de werkelijk gebelde seconden in plaats van dat er wordt afgerond op minuten. De prijsconcurrentie zal op den duur gevolgen hebben voor het algemene prijsniveau van mobiel telefoneren. Zolang er echter nog maar twee aanbieders op de markt zijn, zullen deze prijsdalingen de 10 à 20 procent niet overschrijden. Vergelijking met het buitenland suggereert daarentegen dat het prijsniveau nog veel verder kan dalen. Pas als de concurrentie om marktaandeel werkelijk losbarst zullen de prijzen verder dalen. Voorlopig is de groei van de markt nog zo groot dat beide concurrenten voldoende schijnen te hebben aan hun aandeel in deze nieuwkomers. Als de groei van de markt vermindert, zullen bei-

de concurrenten tevens gaan strijden om elkaars klanten.

Een andere reden voor de relatief gematigde prijsconcurrentie is dat **Libertel** hoge investeringen moet doen in het netwerk en daarom geen baat heeft bij een ware prijzenslag met concurrent **PTT Telecom**. Op dit moment kent de markt dus geen extreme tariefaanbiedingen omdat niemand er belang bij heeft de markt uit balans te brengen.

Naar alle waarschijnlijkheid zal er halverwege 1997 één vergunning worden uitgegeven voor een derde mobiel DCS-netwerk, door middel van een veiling. De algemene verwachting is **dat** zo'n veiling enige honderden miljoenen guldens zal opleveren, hoewel ervaring in Nieuw-Zeeland leert dat de opbrengst vooraf aanzienlijk overschat kan worden [4]. Wat de precieze opbrengst ook zal zijn, een veiling zal een belangrijk kostenverhogend effect hebben. Hierdoor zou ook de druk die een derde operator op de prijzen kan uitoefenen tegen kunnen vallen. Aan de andere kant hebben operators in de huidige duopatie situatie vrij veel invloed op de prijsstelling van de service providers. Door de komst van een derde aanbieder zal deze invloed verminderen, zodat hardere prijsconcurrentie mogelijk wordt. Lagere prijzen zullen op hun beurt de groei van de markt vergroten.

Na aanvankelijk wat problemen gehad te hebben, lijkt het GSM net van PTT Telecom nu **kwalitatief** goed te zijn, zoals blijkt uit onderzoek van de consumentenbond [5]. De verbetering **van de** kwaliteit is veelal een kwestie van investeren in het netwerk. In een monopoliesituatie zullen **deze** investeringen veelal op een minimumniveau gehouden worden. Bij relatief kleine prijsverschillen tussen twee aanbieders zijn kwaliteit en de mogelijkheden die een netwerk biedt echter de factoren waarop een consument zijn keuze tussen verschillende aanbieders maakt. Om deze reden is de komst van een nieuwe aanbieder een grote motivatie om het investeringsniveau hoog te houden. Een aanbieder zal altijd proberen minstens dezelfde kwaliteit en mogelijkheden aan te bieden als de concurrent. Daarnaast kunnen een hogere kwaliteit of extra mogelijkheden juist dat 'unique selling point' bezorgen wat consumenten voor een bepaalde aanbieder doet kiezen.

In landen met een monopoliesituatie blijft de ontwikkeling van de dienstverlening achter bij die van landen met een geliberaliseerde markt [6]. Hoewel de Nederlandse markt voor mobiele telecommunicatie nog slechts twee aanbieders kent, blijkt bijvoorbeeld uit **de** recente invoering van diverse berichtenservices, mobiele fax en mobiele email dat het dienstenniveau verbetert door het invoeren van concurrentie.

Draadtelefonie

Vanaf 1 juli 1997 mogen Enertel en Telfort PTT Telecom gaan beconcurreren op het gebied van draadtelefonie. Global One, de derde gegadigde voor een van de twee beschikbare licenties, is afgefallen omdat deze onderneming volgens de minister niet beschikt over de wettelijk minimaal vereiste 20 procent eigen vermogen. In aanvulling op de twee landelijke vergunningen zullen er enkele regionale vergunningen worden vergeven.

De komst van regionale telecommunicatienetwerken kan naast een algemene daling van de prijzen ook leiden tot regionale prijsverschillen. In die gebieden, die een regionale aanbieder hebben, kunnen de prijzen lager zijn dan in gebieden die nog niet bereikt worden door een nieuwe aanbieder. Vooral voor de meer afgelegen regio's, waar concurrentie langer op zich zal laten wachten, kan dit leiden tot relatief hogere tarieven. PTT Telecom wil de vrijheid krijgen om door middel van regionale prijsstelling de concurrentie meer het hoofd te kunnen bieden. Een meerderheid in de Tweede Kamer vindt echter, in tegenstelling tot Minister Jorritsma van Verkeer en Waterstaat, dat PTT Telecom de komende jaren voor de basisdiensten in het gehele land uniforme tarieven moet blijven hanteren. Door deze asymmetrische regelgeving krijgen nieuwe concurrenten een betere kans om de ex-monopolist te beconcurreren, terwijl de nadelen voor de meer afgelegen gebieden beperkt blijven.

Een groot verschil tussen de markten voor mobiele telefonie en voor draadtelefonie is dat op de laatste markt geen sprake is van sterke groei. In de markt voor draadtelefonie zal het de klant zo aantrekkelijk mogelijk gemaakt moeten worden om een overstap te maken van zijn bestaande aanbieder naar een nieuwe. De verschillen in prijs en kwaliteit zullen dan ook groter moeten zijn om deze overstap aantrekkelijk te maken. De tarieven van Enertel zullen naar verwachting enkele tientallen procenten onder de huidige tarieven van PTT Telecom liggen [7]. Ook als PTT Telecom zijn tarieven zal laten dalen, zal Enertel proberen daar onder te blijven. Daarom zal het recente initiatief van PTT Telecom om ook bij draadtelefonie per seconde te gaan afrekenen [8] vrijwel zeker vanaf het begin door Enertel (en Telfort) worden overgenomen. Door het gebruik van moderne technieken denkt Enertel de kostprijzen onder die van PTT Telecom te kunnen houden [9]. Daarnaast mag verwacht worden dat Enertel en Telfort voor bepaalde deelmarkten zullen kiezen, zodat de meeste particulieren een bedrijf voor hun normale telefoongesprekken slechts één nieuwe netwerkaanbieder krijgen. Een dergelijke duopolie zal naar verwachting slechts een lichte daling van de prijzen tot gevolg hebben, zoals ook uit de ervaring met een duopolie in Groot-Brittannië bleek. Op deelmarkten waar beide nieuwe aanbieders en PTT Telecom

elkaar tegenkomen zullen de prijzen eerder scherp dalen.

De kwaliteit en de betrouwbaarheid van de nieuwe netwerken hangt voornamelijk af van de investeringen die de aanbieders in die netwerken gaan doen. Het netwerk van Enertel, dat voor een groot deel uit glasvezel bestaat, zal een grote capaciteit en een hoge kwaliteit hebben. PTT Telecom heeft de laatste jaren met succes veel geïnvesteerd in de kwaliteit van haar netwerk (zie tabel 1). Consumenten zullen de kwaliteit die PTT Telecom levert als maatstaaf voor nieuwe aanbieders nemen.

Tabel 1 Kwaliteit van PTT Telecom

	1995	1994	1993	1992	1991
aansluitingen binnen 5 werkdagen	95%	95%	91%	91%	•
storingsopheffing binnen 5 werkdagen	98%	98%	98%	98%	96%
aantal storingen per 1000 aansluitingen	25	29	35	51	62

Bron: Jaarverslag KPN. 1995.

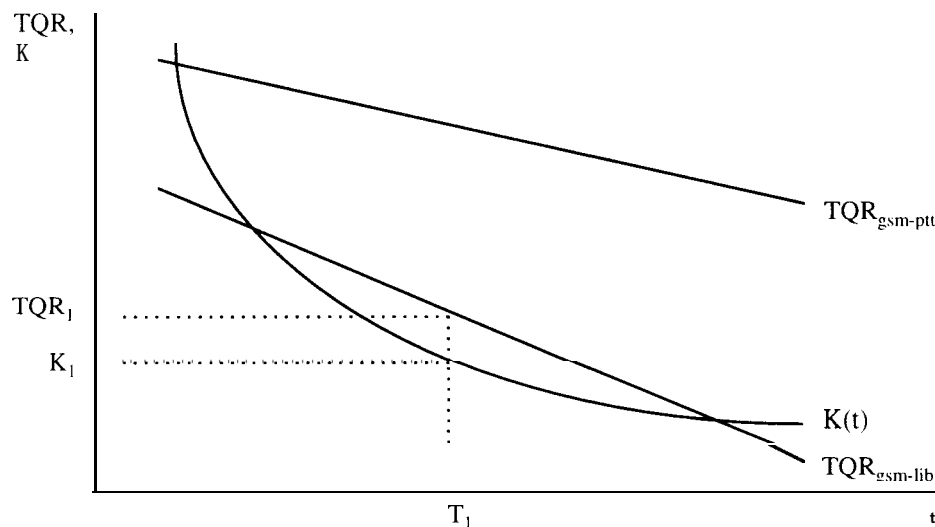
3. Dynamische efficiëntie

Ging het hierboven bij allocatieve of statische efficiëntie om het voorkomen van een maatschappelijk welvaartsverlies, bij adaptieve of dynamische efficiëntie gaat het om het bevorderen van economische groei door produkt- en procesvernieuwing. Centraal staat de vraag of een bepaalde marktstructuur zorgt voor een zodanige werking van de markt dat bedrijven elkaar beconcurreren door middel van proces- en produktinnovatie. Daarbij is niet alleen de vraag relevant of bedrijven daadwerkelijk innoveren, maar ook de snelheid waarmee nieuwe produkten en processen ontwikkeld en geïntroduceerd worden.

Mobiele telefonie

De dynamische efficiëntie op de markt voor mobiele telefonie kan worden geanalyseerd met behulp van figuur 1.

Figuur 1 Produktinnovatie in de huidige markt voor mobiele telefonie



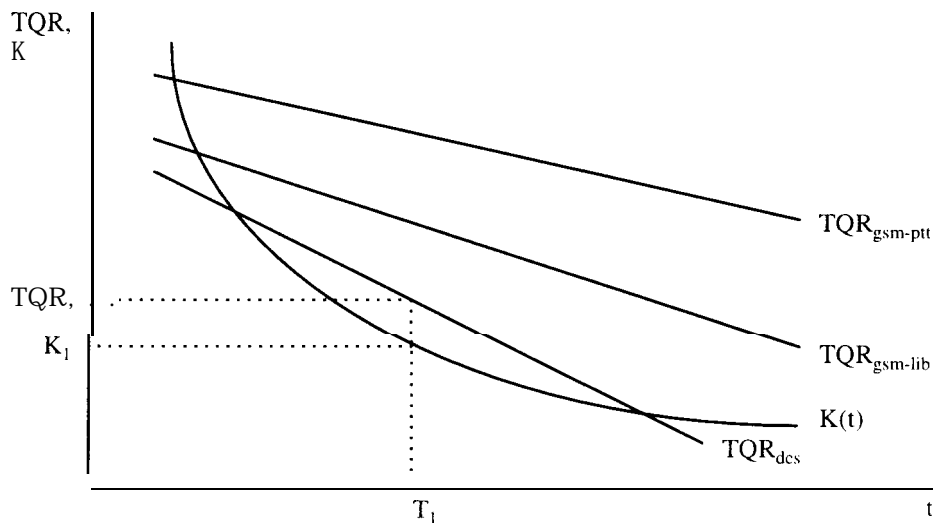
De in figuur 1 weergegeven functie $K(t)$ is de kostenfunctie voor onderzoek naar en ontwikkeling van een innovatie [10]. Deze functie geeft aan dat de kosten van onderzoek en ontwikkeling afhangen van de onderzoeks- en ontwikkelingstijd en dalen naarmate het produkt later geïntroduceerd wordt. De lijnen $TQR_{gsm-ptt}$ en $TQR_{gsm-lib}$ geven de netto contante waarde weer van de totale quasi-rents (winst) van een innovatie door respectievelijk PTT Telecom en Libertel.

$TQR_{\text{gsm-lib}}$ ligt onder $TQR_{\text{gsm-ptt}}$ omdat *Libertel* een beduidend kleiner marktaandeel (17 % in 1995) heeft dan PTT Telecom waardoor een willekeurige innovatie minder inkomsten genereert. De negatieve helling van de TQR functies volgt logischerwijs uit het feit dat als een onderneming langer wacht met het introduceren van het produkt de potentiële quasi-rents later binnen komen waardoor de totale netto contante waarde van de innovatie lager is. De onderneming maximeert haar winst bij een onderzoeks- en ontwikkelingstijd waarbij het verschil tussen de totale netto contante waarde van de quasi-rents TQR en de totale netto contante waarde van de onderzoeks- en ontwikkelingskosten $K(t)$ maximaal is. Dit is het geval als de hellingen van de functies gelijk zijn. In figuur 1 resulteert dit voor *Libertel* in een onderzoeks- en ontwikkelingstijd van T_1 en totale netto quasi-rents ter grootte van $TQR-K_1$.

De komst van *Libertel* heeft drie effecten tot gevolg gehad. In de eerste plaats is de opbrengst van een innovatie voor PTT Telecom nu lager dan ten tijde van het monopolie; door de komst van *Libertel* is $TQR_{\text{gsm-ptt}}$ naar beneden verschoven. Dit wordt het market room effect genoemd. Hier staat tegenover dat de komst van *Libertel* de neiging tot innovatie en het innovatie tempo vergroot heeft. Uitstel van een innovatie betekent altijd een daling van de totale quasi-rents. Dit verlies zal voor de innovator groter zijn in het geval van concurrentie omdat de concurrent van dit uitstel zal profiteren door het produkt eerder op de markt te brengen en zich zo een groter deel van de potentiële quasi-rents toe te eigenen. Beide ondernemingen zullen proberen de pionier van de produktinnovatie te zijn om zo het grootste deel van de quasi-rents op te strijken. Op deze manier bevordert de concurrentie het innovatietempo [11]. Dit wordt het stimulus effect genoemd. Voor *Libertel* is dit effect groter dan voor PTT Telecom. Het is voor *Libertel* relatief gunstiger een nieuwe dienst als eerste op de markt te brengen, omdat het daarmee niet alleen een relatief groter deel van de potentiële quasi-rents kan realiseren maar ook omdat een dergelijke primeur abonnees van PTT Telecom er toe zou kunnen verleiden van aanbieder te wisselen. *Libertel* kan vanwege het grotere marktaandeel van PTT Telecom meer profiteren van een snelle innovatie dan andersom. Dit effect kan in de figuur afgelezen worden aan het steilere verloop van $TQR_{\text{gsm-lib}}$. Als gevolg van de geringere marktmacht (tot uitdrukking komend in een kleiner marktaandeel) zal *Libertel* minder opbrengsten genereren met een innovatie dan PTT Telecom. Daarom is $TQR_{\text{gsm-lib}}$ onder $TQR_{\text{gsm-ptt}}$ komen te liggen. Dit noemen wij het negatief market power effect.

Zoals gezegd, volgend jaar zal duidelijk worden wie een DCS-netwerk mag gaan opzetten. Om de concurrentie te bevorderen wil de minister Libertel en PTT Telecom pas in het jaar 2000 in aanmerking laten komen voor een dergelijke vergunning. Met behulp van figuur 2 kan worden geanalyseerd of de marktstructuur die hierdoor ontstaat dynamisch efficiënt kan zijn, oftewel tot een verhoging van het innovatietempo zal leiden.

Figuur 2 Produktinnovatie in de markt voor mobiele telefonie na uitgifte van één DCS licentie



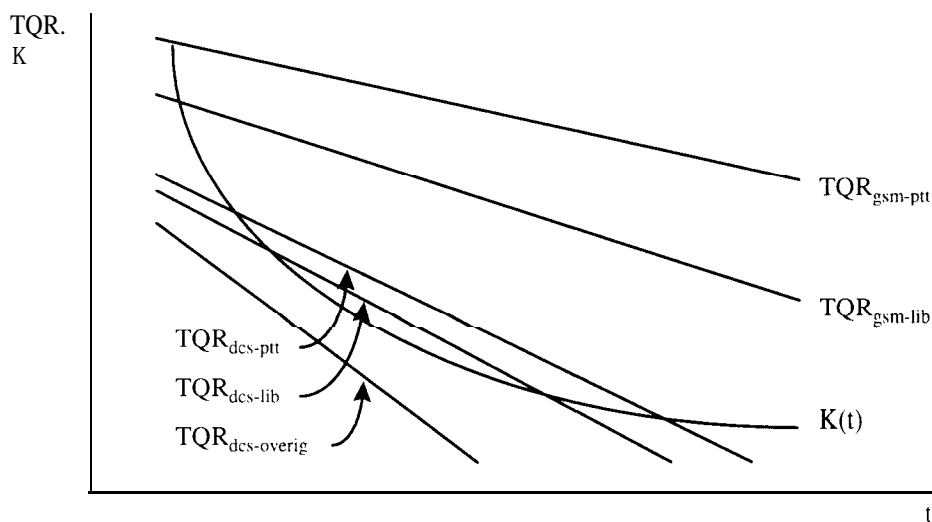
In figuur 2 valt op dat $TQR_{gsm-lib}$ en $TQR_{gsm-ptt}$ dichter bij elkaar liggen dan in figuur 1. Dit komt omdat het te verwachten is dat Libertel haar marktaandeel zal vergroten. De mate waarin het voordelig is om een innovatie als eerste op de markt te brengen, het stimulus effect, komt steeds meer overeen met PTT Telecom. Beide GSM aanbieders kunnen als gevolg van de uitgifte van een DCS licentie aan een nieuwe aanbieder minder opbrengst genereren met een innovatie omdat de nieuwe aanbieder een deel van de quasi-rents naar zich toe zal trekken. Dit is het market room effect, de TQR functies zijn dichter bij de kostenfunctie $K(t)$ komen te liggen. TQR_{dcs} is de mogelijke quasi-rent functie van een onderneming die de enige beschikbare DCS licentie heeft verworven. Voor de dynamische efficiëntie van deze markt is de hier geschetste marktstructuur een verbetering ten opzichte van de huidige situatie. De nieuwe DCS licentiehouder kan weliswaar als gevolg van een negatief market power effect minder quasi-rents genereren dan de overige twee marktpartijen, maar hier staat tegen over dat deze onderneming het innovatietempo kan ver-

snellen omdat het stimulus effect zorgt voor een relatief groter pioniersvoordeel. De nieuwe aanbieder realiseert een winst van $TQR - K_1$.

Er is al enige tijd discussie over de vraag of er niet meerdere DCS licenties moeten worden uitgegeven. Zolang de TQR functies boven de kostenfunctie blijven liggen is dit vanuit het oogpunt van dynamische efficiëntie aan te bevelen. Gezien de verwachte marktgroei voor mobiele telefonie lijkt er ruimte te zijn voor meerdere DCS aanbieders. Er treedt dan een demand pull effect op, dat in de figuur weergegeven kan worden als een verschuiving van de TQR functies naar boven, dat het negatieve market room effect compenseert.

Een ander punt van discussie is de vraag of Libertel en PTT Telecom in aanmerking mogen komen voor een van de beschikbare DCS vergunningen. In figuur 3 wordt dit geanalyseerd. Deze figuur geeft de situatie weer die kan ontstaan als de huidige marktpartijen Libertel en PTT Telecom toch een DCS licentie krijgen.

Figuur 3 Produktinnovatie in de markt voor mobiele telefonie na uitgifte van DCS licenties, onder anderen voor Libertel en PTT Telecom



In figuur 3 is uitgegaan van drie DCS vergunningen: voor Libertel, PTT Telecom en een andere aanbieder. Het is echter waarschijnlijk dat de DCS diensten van de gevestigde ondernemingen profiteren van de sterke marktpositie van hun moedermaatschappij. Een door hun ontwikkeld nieuw produkt kan daardoor een groter marktaandeel veroveren. Omdat de nieuwe DCS licentiehouder behalve met het market room effect, dat ook voor PTT Telecom en Libertel speelt, ook

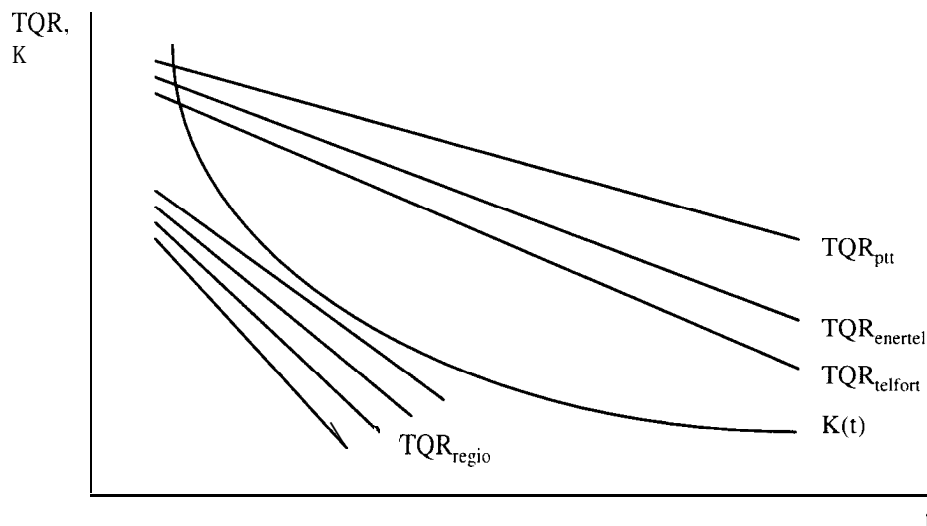
met een negatief market power effect te maken krijgt bestaat hier de mogelijkheid dat TQR_{des} onder de kostenfunctie $K(t)$ komt te liggen waardoor het voor deze onderneming innovatie niet rendabel is.

KPN directeur Dik schrijft in het voorwoord van het jaarverslag 1995 dat hij het vreemd vindt dat er politici zijn die „betogen dat KPN sommige ontwikkelingen (lees DCS) zou moeten worden onthouden ‘om de concurrentie te bevorderen’. Het is niet eenvoudig in een dergelijke gedachtengang enige logica te ontdekken.“ [12]. Een deel van die logica is hier aannemelijk gemaakt: de sterke marktpositie van KPN maakt het voor andere ondernemingen moeilijk om op basis van produktinnovatie te concurreren. Door KPN tijdelijk uit te sluiten van DCS kan het negatieve market power effect voor de nieuwe ondernemingen enigszins afnemen. Dit kan de dynamische efficiëntie ten goede komen.

Draadtelefonie

Voor de komende twee tot drie jaar lijkt een marktstructuur met drie landelijke aanbieders (PTT Telecom, Enertel en Telfort) en een aantal regionale aanbieders (kabelexploitanten) waarschijnlijk. Figuur 4 geeft de situatie weer die dan kan ontstaan.

Figuur 4 Produktinnovatie in de markt voor vaste telefonie met twee landelijke en enkele regionale concurrenten voor PTT Telecom



In de figuur zijn de totale quasi-rent functies voor de drie landelijke aanbieders weergegeven. Het onderscheid tussen Enertel en Telfort dient slechts ter verduidelijking van de figuur; als beide ondernemingen gelijke marktmacht verwerven vallen hun TQR functies samen. Hetzelfde geldt voor de TQR_{regio} functies van de regionale aanbieders.

Omdat er twee landelijke en een aantal regionale aanbieders bij komen is het niet onwaarschijnlijk **dat** de TQR functies van een aantal of, zoals in figuur 4 aangegeven, van alle regionale aanbieders onder de kostenfunctie $K(t)$ komen te liggen. Als gevolg van het market room effect en een negatief market power effect is het voor deze kleinere regionale aanbieders dan niet rendabel om te innoveren. In de bovenstaande situatie leidt de komst van Enertel en Telfort wel tot een verbetering van de dynamische efficiëntie, hoewel de kleine regionale aanbieders als gevolg van het market power effect niet rendabel kunnen innoveren.

De hier beschreven situatie komt ongeveer overeen met die op de markt voor mobiele telefonie; de dynamische efficiëntie verbetert als PTT Telecom er een aantal concurrenten bij krijgt. Op de markt voor mobiele telefonie zijn dat in eerste instantie Libertel en één of twee nieuwe DCS aanbieders, op de markt voor vaste telefonie Enertel, Telfort en een aantal regionale aanbieders. Voor de mobiele markt zou de dynamische efficiëntie echter nog verder kunnen verbeteren omdat meerdere DCS aanbieders rendabel zouden kunnen innoveren. Dit komt door de te verwachten marktgroei, die het negatieve market room effect kan compenseren. Voor vaste telefonie is deze vraaggroei echter niet te verwachten. Op dit moment heeft 95% van de Nederlandse huishoudens een telefoonaansluiting en is de groei beperkt (2.6% in 1994). Als gevolg van nieuwe PC-toepassingen en andere vormen van communicatie kan het aantal aansluitingen de komende jaren iets sterker groeien. Het zal onder anderen van de vraaggroei afhangen of naast de twee nieuwe landelijke aanbieders ook nog enkele kleinere regionale aanbieders rendabel met PTT Telecom kunnen concurreren op basis van produktinnovatie. Als dat zo is dan komt dit de dynamische efficiëntie ten goede.

4. Conclusies

Kwantitatieve gegevens over de telecommunicatiemarkt in Nederland zijn schaars. Onze analyses kunnen dan ook moeilijk cijfermatig uitgewerkt worden. Niettemin biedt het verhaal aanknopingspunten voor een aantal interessante conclusies.

Op het terrein van mobiele telefonie is de conclusie dat wat betreft de statische efficiëntie effecten in de eerste plaats een aanzienlijke kwaliteitsverbetering verwacht mag worden. Vanwege een voldoende groeiende markt is prijsconcurrentie niet direct het aangewezen instrument, in de huidige duopolistische situatie hebben beide spelers belang bij een voldoende hoog prijsniveau. Vermoedelijk, gebaseerd op ervaringen in het buitenland, zal prijsconcurrentie pas belangrijk worden als er meerdere spelers op de markt toegelaten worden. Daarom moet bij de uitgifte van nieuwe DCS vergunningen minstens één nieuwe speler betrokken zijn, die bovendien door asymmetrische regelgeving tijdelijk beschermd wordt. Ook vanuit het oogpunt van dynamische efficiëntie is het waarschijnlijk nuttig meerdere nieuwe spelers op de markt toe te laten. Hier moet echter de kanttekening gemaakt worden dat een te groot aantal nieuwe aanbieders er toe kan leiden dat voor elk van hen de ruimte op de markt zo gering wordt dat innoverend gedrag niet meer lonend is. Met andere woorden het aantal nieuw toe te laten aanbieders moet ingeperkt worden om de dynamische efficiëntie daalwerkelijk te vergroten.

De situatie op het terrein van draadtelefonie ligt wat anders, met name wat betreft de statische efficiëntie. Op dit punt moet geconstateerd worden dat het kwaliteitsniveau van PTT Telecom hier zo hoog is dat concurrentie hierop voor een nieuwkomer een onmogelijke zaak lijkt. Van nieuwkomers wordt verwacht dat hun kwaliteit zich op een vergelijkbaar niveau bevindt zodat als concurrentiewapen alleen nog de prijsstelling overblijft. Het overheidsbeleid gericht op inperking van de mogelijkheden van PTT Telecom om prijsbeleid te voeren, om zo concurrenten een kans te geven, is daarom verstandig. Voor het aspect dynamische efficiëntie geldt ongeveer hetzelfde als bij mobiele telefonie: meerdere nieuwe aanbieders zijn nuttig, maar te veel kan de dynamische efficiëntie schaden. Het gevaar van een te groot aantal aanbieders is hier groter dan bij mobiele telefonie omdat de markt voor draadtelefonie nauwelijks zal groeien.

Met de liberalisering van de telecommunicatiesector is Nederland op de goede weg. Opmerkingen van gevestigde marktpartijen die ons anders willen doen geloven kunnen voor kennisgeving worden aangenomen. Welvaart neemt niet alleen toe als prijzen dalen, maar ook als er regelmatig nieuwe produkten worden ontwikkeld. Verdergaande liberalisering is daarom welkom, maar . . . overdaad schaadt.

Noten

1. N. van Hulst, De baten van marktwerkingsbeleid, Economisch Statistische Berichten, 1996, pp. 3 16-320.
2. De Consumentengids, januari 1996.
3. J.P. Grollé, Het netwerk dat net werkt, FEM, 14 oktober 1995.
4. Zie M. Mueller, New Zealand's revolution in spectrum management, Information Economics and Policy, 1993, vol. 5, pp. 159-178. Zie ook A. Boxmeer, Vickrey veiling nuttig en gevaarlijk, Intermediair, 18 oktober 1996, p. 22 en de reactie daarop van H. Ouwersloot, Intermediair, 2 november 1996 (ingezonden brief).
5. De Consumentengids, januari 1996.
6. S. Paltridge, Mobile cellular communication, Information Computer Communications Policy nr.39, OECD, Parijs, 1996.
7. De Volkskrant, Energiebedrijven willen 20 procent telefoniemarkt, 2 november 1995
8. NRC Handelsblad, 6 november 1996.
9. De Volkskrant, Energiebedrijven willen 20 procent telefoniemarkt, 2 november 1995.
10. Zie voor een uitgebreide onderbouwing van deze figuur Scherer en Ross, Industrial market structure and economic performance, Houghton Mifflin, Boston, 1990, pp. 632-642.
11. Zie nogmaals figuur 1. Scherer en Ross gaan hier uit van een interactie tussen concurrenten die leidt tot een Cournot-evenwicht Zie Scherer en Ross pp. 633-634.
12. Jaarverslag KPN, 1995, p. 9.